

SKRIPSI
STUDI IDENTIFIKASI TERHADAP STRATEGI BRANDING YANG
DILAKUKAN DINPORAPAR KABUPATEN SEMARANG DALAM
MEWUJUDKAN CIRI KHAS KABUPATEN SEMARANG SEBAGAI
DESTINASI PARIWISATA

Oleh :

Panji Adi Nugroho

362010078

Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2016



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
Jl. Diponegoro 52 – 60 Salatiga 50711
Jawa Tengah, Indonesia
Telp. 0298 – 321212, Fax. 0298 321433
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PANJI ADI NUGROHO
NIM : 362010070 Email : Panji_satrio@yahoo.com
Fakultas : KOMUNIKASI Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : Studi Identifikasi Terhadap Strategi Branding Yang Dibakukan
DIMPORAPAR Kab Semarang Dalam Menyajikan Ciri Khas
Kab. Semarang Sebagai Destinasi Pariwisata

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 2 Februari 2016

1956

Seto Herwan Dito

Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Mengetahui,

Panji Adi Nugroho

Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
Jl. Diponegoro 52 - 60 Salatiga 50711
Jawa Tengah, Indonesia
Telp. 0298 - 321212, Fax. 0298 321433
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pangji Adi Nugroho
NIM : 36 2010 070 Email : Pangji-Satrio88@yahoo.com
Fakultas : Komunikasi Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Studi Identifikasi Terhadap Strategi Branding yang dilakukan DINPORAPAR Kab Semarang Dalam Menyajikan ciri khas Kab. Semarang Sebagai Destinasi Pariwisata.
Pembimbing : 1. Seto Herwandito, S.Pd, M.A, M.Ikom
2. _____

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 02 Februari 2016



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **STUDI IDENTIFIKASI TERHADAP STRATEGI BRANDING YANG DILAKUKAN DINPORAPAR KABUPATEN SEMARANG DALAM MEWUJUDKAN CIRI KHAS KABUPATEN SEMARANG SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA**


Nama Mahasiswa : **PANJI ADI NUGROHO**

NIM : **36 2010 078**

Program Studi : **ILMU KOMUNIKASI**

Disetujui Oleh,

Pembimbing 1,



Seto Herwandito, S.Pd, M.M, M.Ikom

**Diketahui Oleh,
Kaprodi,**



Dewi Kartika Sari, S.Sos, M.Ikom

**Disahkan Oleh,
Dekan,**



Drs. Daru Purnomo, M.Si.

Disetujui tanggal :

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS
TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Panji Adi Nugroho
NIM : 36201078
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikas,
Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir, Judul :
“STUDI IDENTIFIKASI TERHADAP STRETEGI BRANDING YANG DILAKUKAN
DINPORAPAR KABUPATEN SEMARANG DALAM MEWUJUDKAN CIRI KHAS
KABUPATEN SEMARANG SEBAGAI DESTINASI PARIWISATA”

Yang dibimbing oleh :

1. Seto Herwandito, S.Pd, M.M, M.Ikom

Adalah benar-benar hasil karya saya.

Didalam laporan tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau gambar serta simbol yang saya aku seolah-olah sebagai karya saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumber aslinya.

Salatiga, Januari 2016

Yang memberi pernyataan,

PANJI ADI NUGROHO

KATA PENGANTAR

Dengan bimbingan dan rahmat dari Tuhan Y.M.E akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan syarat kelulusan dari sekian banyak proses perkuliahan yang penulis jalani di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi di Universitas Kristen Satya Wacana.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.
2. Pak Daru Purnomo selaku Dekan FISKOM yang telah banyak memberi dukungan kepada penulis.
3. Dewi Kartika Sari selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, sekaligus sebagai pembimbing yang sangat mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Mas Seto, pembimbing yang sangat hangat untuk penulis jadikan sebagai teman berbagi.
5. Staf Administrasi FISKOM yang telah membantu dan mendukung penuh dalam penyusunan skripsi, Pak budi dan mas dephy trimakasih kelancaran surat-suratnya.
6. Kakak-kakak angkatan yang telah memberikan dukungan semangat.
7. Orang tua yang sangat penulis sayangi, yang telah memberikan segala fasilitas dan dukungan, dari hal yang non materi hingga yang bersifat materi.
8. Sahabat penulis, Baim, Yoga, Gideon, Nico, Jefri, Nur Ayu, Priska, Wiwik, Gita dan teman-teman penulis FISKOM angkatan 2010 yang tidak dapat dituliskan satu persatu.
9. Bapak Wahyu Jatmiko selaku kepala bidang Perhubungan dan Ibu Cahyani selaku kepala bidang Kab. Semarang yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
10. Bapak Tristianto, bapak Bambang dan Hanum (sinok) selaku staf Pemasaran, yang telah memberikan ilmu mengenai periklanan, pemasaran dan memberikan kelancaran kepada penulis.
11. Ibu Arny kepala bidang pemasaran, yang telah memberikan kelancaran kepada penulis.
12. Bunda Rita dan Mas Yoppi staf Destinasi, yang telah memberikan ilmu mengenai desain iklan cetak.

SARIPATI

Pariwisata merupakan sebuah hal yang menjadi titik perhatian bagi sebuah daerah. Maka dari itu, setiap daerah terus berupaya agar pariwisata dapat berhasil dan dikenal banyak orang. Keberhasilan sektor pariwisata sebagai salah satu penopang Kabupaten Semarang, tentu tidak lepas dari berbagai upaya yang sudah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kab Semarang guna memaksimalkan angka kunjungan wisatawan. Kab Semarang telah melakukan banyak upaya, baik strategi branding dan komunikasi pemasaran.

Penelitian ini mencoba untuk mengkaji bagaimana studi identifikasi Kab Semarang terhadap usaha yang berkaitan dengan strategi branding yang dilakukan DINPORAPAR Kabupaten Semarang dalam mewujudkan ciri khas kabupaten Semarang sebagai destinasi pariwisata. Penelitian dilakukan dengan wawancara dengan 19 tokoh di kecamatan yang ada dalam Kab. Semarang, untuk mengetahui bagaimana strategi branding yang telah dilakukan oleh Kab. Semarang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat ternyata baru mengenal pariwisata Kab. Semarang dengan berbagai wisata unggulannya. Masih diperlukan berbagai macam strategi baik strategi branding berikut dimensi spasial didalamnya bersama dengan perancangan strategi yang matang agar masyarakat luas semakin mengenal pariwisata yang dimiliki oleh Kab. Semarang.

Kata kunci : *Pariwisata, Strategi Branding, Komunikasi Pemasaran*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Ayah & Bunda
- Keluarga besarku yang tercinta

MOTTO

Buatlah Rencana Hidupmu Sendiri sebelum kamu menjadi Rencana Hidup Dari Orang Lain. Sepandai-Pandainya Kita, Sehebat-hebatnya Kita, Kalau Tidak Mempunyai Rencana Hidup Sendiri, Maka Selamanya Akan Menjadi Bagian Dari Rencana Hidup Orang lain.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
SARIPATI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	2
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori SMCR	7
2.2 Konsep Brand	7
2.3 Strategi Branding	10
2.4 Langkah-Langkah membuat <i>Brand</i> yang kuat	10
2.5 Marketing komunikasi pemasaran	13
2.6 Konsep pariwisata	16
2.7 Kerangka Pikir	22

BAB III Metodologi Penelitian

3.1 Metode penelitian kualitatif	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Unit Analisa dan unit amatan	24
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Teknik Analisis Data	26
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas Data	26

BAB IV Profil Pariwisata Kabupaten Semarang

4.1 Profil Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan Dan Pariwisata	28
4.2 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	30
4.3 Visi Dan Misi	32
4.4 Lokasi	32

BAB V HASIL PENELITIAN

5.1 Deskripsi Hasil Penelitian	35
5.2 Dimensi Spasial	56
5.3 Dimensi Lain Dari Kekurangan Pariwisata Kab.Semarang	58

Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	76

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	79
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel 5.1	Tabel Deskripsi Hasil Penelitian	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	22
Gambar 4.1	Logo DISPORABUDPAR/Kab Semarang	29
Gambar 4.2	Struktur Organisasi DISPORABUDPAR	33
Gambar 5.1	Gambar Keadaan Toilet & Sampah Di Gedong Songo	61
Gambar 5.2	Foto Jalan yang terjal menuju Kalipancur	62
Gambar 5.3	Foto Wana Wisata Penggaron	63
Gambar 5.4	Foto Jalan Setapak menuju Curug	64
Gambar 5.5	Foto Papan Penunjuk AgroWisata Kebun Tlogo	65
Gambar 5.6	Foto Gapura menuju kawasan Wisata Kopeng	66
Gambar 5.7	Foto Rawa Permai Tampak dari luar	67
Gambar 5.8	Foto Jalan akses Menuju Air Terjun Semirang	68
Gambar 5.9	Foto Pariwisata Bandungan Indah	69
Gambar 5.10	Foto Pemandian Muncul	71
Gambar 5.11	Foto Wisata Daerah Tenganan	72
Gambar 5.12	Foto Palagan Ambawara	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Hasil Kuisoner
- Surat Ijin Penelitian
- Dokumentasi Wawancara

